



 **BIZ BOOST** x **FOUNDRY**
Marketing & Technology

ケーススタディ

FOUNDRY
an IDG, Inc. company



「個人レベルのリードは営業の
フォローもしやすく、お客様に
ご評価頂いた」

個人レベルでのコンタクト獲得でエンド ユーザー様の施策をしっかりとサポート

導入事例: ビズブースト株式会社

ビズブーストは、B2B企業様の社外参謀として、マーケティングとデジタルテクノロジーの融合によりビジネスの成長を実現するプロフェッショナルエージェンシーです。

事業はデジタルマーケティング事業、デジタルリクルーティング事業、デジタルテクノロジー事業の3種を柱に展開しています。

導入前の期待

- 業界を絞ったコンタクトレベルでのリードの獲得
- エンドユーザーの予定・予算にあった効果的なリード施策
- 従来のメディア手法では届かなかった、潜在顧客、ターゲット層にも直接リーチする新しい手法

成果

- これまで難しかった金融業界のコンタクトレベルのリードを獲得、営業チームの強力なフォローに繋がった
- 単価一定のコミット型施策で、エンドユーザー様のマーケティングファンドを有効的に活用できた
- メディア掲載では届かなかった、潜在顧客・ターゲットの新規リードを獲得

「個人レベルのリードは営業のフォローもしやすく、お客様にご評価頂いた」

ビズブースト株式会社
デジタルマーケティング・コンサルタント
遠藤 慎一郎氏

ターゲティング項目オプション

ABM

- 国または地域
- 部門
- 役職
- キーワード

Industry Target (ホワイトスペース)

- 国または地域
- 業種
- 部門
- 役職
- 会社規模
- キーワード
- 除外リスト

業界を絞ったコンタクトレベルでのリードの獲得

これまで難しかった業界のコンタクトレベルのリードを獲得、**営業チームの強力なフォロー**に!

エンドユーザーであるB2B企業様のターゲットとする金融業界でのリードジェンが必要だったという遠藤氏。業界の特徴として、リード先の代表番号から先への電話営業がかけにくいという事もあり、担当者に直接リーチすることができる個人レベルのリードジェンが可能である弊社のソリューションをご採用頂いた。これまでも他社のソリューションを採用されていたが、

「金融系のリード母体を持っている会社が少ない。特化したメディアはあるとはいえ、あまりリード創出としてのサービスとして展開していない」

という背景があったそうだ。

「感触として、金融系や医療系のコンタクトはかなり取りづらい」

といい、今回の採用の結果で得たリード数、単価数ともにエンドユーザーにもご満足頂けたという。

「迅速に実施できたこと、期間の目処が立ったことで、他のお客様にも訴求できたりしてすぐに活動したいという人たちにも有益になったかな、と思います。」

Top 20 Companies	
▲▲株式会社	11件
株式会社○○	10件
株式会社XX	9件
OXOX社	8件
△△△△	6件
△△○○	

約200件

コミット数

2~4週間

納品期間

エンドユーザーの予定・予算にあった効果的なリード施策(1/2)

ターゲット条件に単価が左右されない、効果的なリードジェン施策

効率的にリードが取れている、また、臨んでいる業界・役職から取れている

個人レベルのリード、という点と同様にご満足頂けたのが、ターゲット条件をしっかりと設定して無駄のないリードが獲得できたという点。ターゲット条件によってはリード単価が上がってしまう、という一般的なリードジェンと比べ、リード単価がすでに決定していることは、エンドユーザーにとって魅力的だという。

「従来の一般的な施策では、条件を絞ると単価が上がってしまうので、予算の関係上、業界、業種を絞らず、限定なしなどで依頼をするしかない事も多い。するとやはりターゲット外のリードが納品されることも多いので、そういったことがFoundryでは無い、という所が、お客様にとっては大きかった」

とし、ターゲティングで言えば、メディア活用であったりウェビナーなどの手法もみられるが、獲得したリードは必ずしも全てが対象者というわけではなく、その後の絞り込みなども必要なことから、今回の施策でのターゲティングによって

「効率的にリードが取れている、また、臨んでいる業界・役職からとれている、というのは、お客様からいつも言われている」

と評価頂いた。

エンドユーザーの予定・予算にあった効果的なリード施策(2/2)

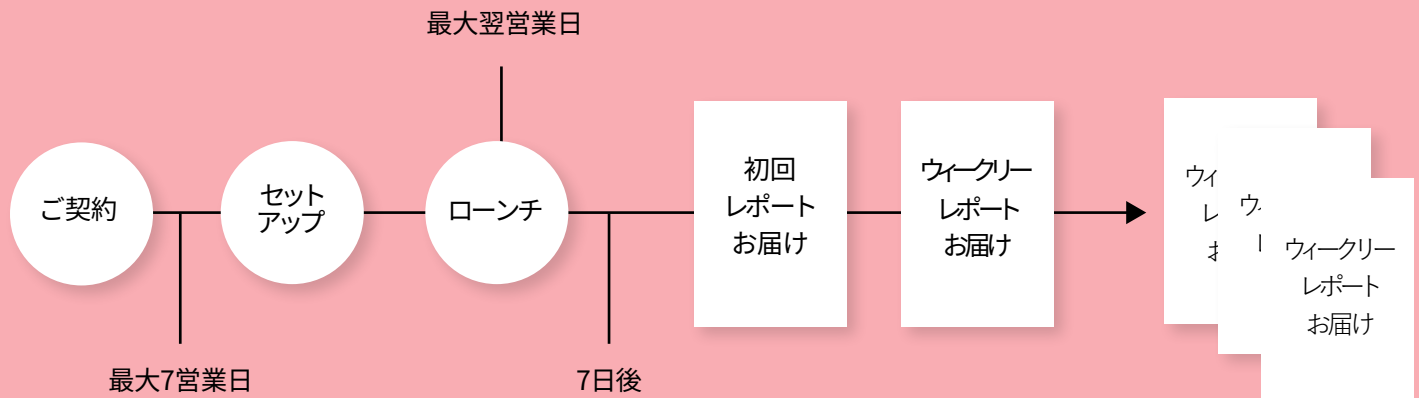
想定通りのリードを必要な期間にしっかりと獲得

単価一定のコミット型施策で、エンドユーザー様のマーケティングファンドを有効的に活用できた

単価が決まっており、リード数コミット型であれば、エンドユーザーにはさらにマーケティングファンドを活用できる、という利点も生まれてくる。予めどれくらいの案件が見込める施策であるかが、数値化しやすく、予定に組み込みやすいからだ。

「ターゲット対象可能の規模として具体的な数字を出していただいているのもすごくありがたいんですね。実際どのくらいの母数がある、というのが見えると、お客様も社内で報告するときに、2万件の登録者があるからそのうちでXXの案件が取れる施策です、という具体的な根拠を示すことができるのかな、と思います。」

「実施期間が明確、低単価で確約されたリード数のコミットができるので、マーケティングファンドの活用にも最適だった」



新しい手法でのリードの獲得

メディア掲載に頼らない新しい手法で新規リードを獲得

エンドユーザーの施策にあったソリューションを提案する立場としては、費用対効果も抑えなければいけないが、その点についても評価を頂いた。

「ビズブースト社としては新しくコンテンツを作って施策を、という提案もしたい所だが、実際はそのような予算がきびしい会社も多い。ただ、過去のコンテンツでも、内容によるが活用できますよ、という点だったり、今回使わなかったですけど、動画でもいい、という話があったので、動画で例えば製品の説明動画という、いわゆる紙のデータだけではなく、動画も活用できる、という御社のサービスとしては、結構有効なのかなと思います。」

先に述べた、リード単価の面とあわせてみても、メディア媒体やウェビナーを介した従来の一般的なリードジェン獲得手法とは一線を画する新しいソリューションとして採用の実感を頂いた。

信頼性の高いインテントデータ

お客様のウェブサイト全体における、ウェブサイト訪問者の購入アクティビティ

弊社スタッフによるマニュアル検証済みのデータ

Foundryの信頼性の高いエディトリアルコンテンツとイベントデータ

 COMPUTERWORLD CSO InfoWorld NETWORKWORLD

ソーシャルメディア、ブログ、求人サイト等経由のパブリックウェブシグナル

サードパーティデータ(Bombora社から取得)

Foundry(ファウンドリー)のご案内

弊社Foundryのビジョンは、テクノロジーを正しく活用することで世界をより良い場所にする
ことです。なぜなら、テクノロジーが適切に使われることは、世の中の善のために良い力となる
と信じているからです。

Foundry(an IDG, Inc. company) は、信頼されるVoiceとして、知識やエンゲージメント、そして
テクノロジーやセキュリティに関する意思決定者とのコミュニティとの関係を深める、品質の
高いコンテンツを提供しています。こうしたコンテンツを配信する弊社メディア ブランドである
CIO®, Computerworld®, CSO®, InfoWorld®, Macworld®, NetworkWorld®, PCWorld®
そしてTech Hiveは、最も影響力のあるテックバイヤーを対象に、進化するテクノロジー業界の
最新情報を提供しています。

こうした信頼されたブランドと、弊社のグローバル規模のデータインテリジェンスプラット
フォームを使い、市場の動向から購買意欲を特定、活性化することでお客様の成功を
サポート致します。また、マーケティングサービスとしては、ビデオ、モバイル、ソーシャル、
デジタルなど、様々なメディアでマーケティングに特化したコンテンツも作成しています。

詳細は[FoundryCo.com](https://www.foundryco.com)にてご確認下さい。